

(12) NACH DEM VERTRAG ÜBER DIE INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT AUF DEM GEBIET DES
PATENTWESENS (PCT) VERÖFFENTLICHTE INTERNATIONALE ANMELDUNG

(19) Weltorganisation für geistiges Eigentum
Internationales Büro



(43) Internationales Veröffentlichungsdatum
19. April 2001 (19.04.2001)

PCT

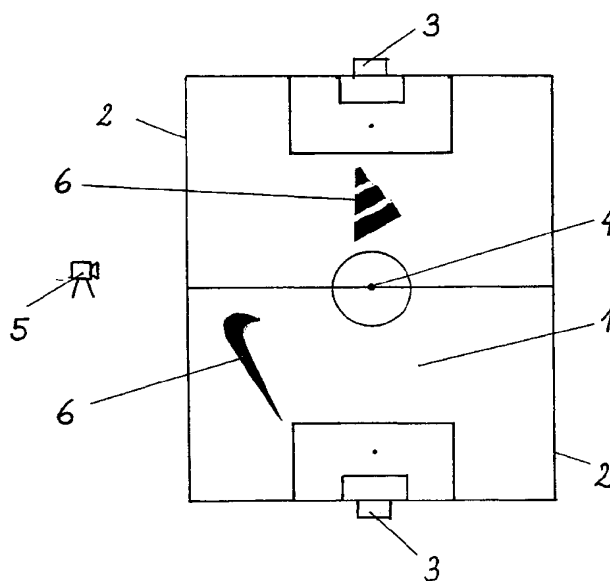
(10) Internationale Veröffentlichungsnummer
WO 01/27392 A1

- (51) Internationale Patentklassifikation⁷: **E01C 13/08**,
G09F 19/00
- (21) Internationales Aktenzeichen: PCT/AT00/00266
- (22) Internationales Anmeldedatum:
12. Oktober 2000 (12.10.2000)
- (25) Einreichungssprache: Deutsch
- (26) Veröffentlichungssprache: Deutsch
- (30) Angaben zur Priorität:
A 1727/99 12. Oktober 1999 (12.10.1999) AT
- (71) Anmelder (für alle Bestimmungsstaaten mit Ausnahme
von US): **GSV IMMOBILIEN GES.M.B.H.** [AT/AT];
Wienerstrasse 29, A-2285 Leopoldsdorf (AT).
- (72) Erfinder; und
- (75) Erfinder/Anmelder (nur für US): **LEGERER, Otto**
[AT/AT]; Wienerstrasse 29, A-2285 Leopoldsdorf (AT).
STATTMANN, Christian [AT/AT]; Hermannstädter-Weg
26, A-9020 Klagenfurt (AT).
- (74) Anwalt: **KRAUSE, Peter**; Sagerbachgasse 7, A-2500
Baden (AT).
- (81) Bestimmungsstaaten (national): AE, AG, AL, AM, AU,
AZ, BA, BB, BG, BR, BY, BZ, CA, CH, CN, CR, CU,
CZ, CZ (Gebrauchsmuster), DE, DE (Gebrauchsmuster),
DK, DK (Gebrauchsmuster), DM, DZ, EE, EE (Ge-
brauchsmuster), ES, FI, FI (Gebrauchsmuster), GB, GD,
GE, GH, GM, HR, HU, ID, IL, IN, IS, JP, KE, KG, KP,
KR, KZ, LC, LK, LR, LS, LT, LU, LV, MA, MD, MG,
MK, MN, MW, MX, MZ, NO, NZ, PL, PT, RO, RU, SD,

[Fortsetzung auf der nächsten Seite]

(54) Title: METHOD FOR USING SURFACES WHICH ARE PREFERABLY PROVIDED WITH ARTIFICIAL OR NATURAL
LAWNS OR CONSIST OF BUSHES OR TREES

(54) Bezeichnung: VERFAHREN ZUR NUTZUNG VON, VORZUGSWEISE MIT KUNST- ODER NATURRASEN VERSE-
HENE BZW. AUS STRÄUCHERN ODER BÄUMEN GEBILDETE, FLÄCHEN



(57) Abstract: The invention relates to a method for using surfaces, which are preferably provided with artificial or natural lawns or consist of bushes or trees, i.e. especially green surfaces, surfaces cut to a specific shape, sports or playing surfaces (1), e.g. football pitches, lawn hockey pitches, cricket pitches, golf courses or similar, as advertising surfaces. Planting of the surfaces for a visual support (6), especially the lawns, is carried out more particularly using various types of plants having different sizes, colours and belonging to different species, or is mechanically or chemically modified.

[Fortsetzung auf der nächsten Seite]



WO 01/27392 A1



SE, SG, SI, SK, SK (Gebrauchsmuster), SL, TJ, TM, TR, TT, TZ, UA, UG, US, UZ, VN, YU, ZA, ZW.

Veröffentlicht:

— Mit internationalem Recherchenbericht.

- (84) **Bestimmungsstaaten** (*regional*): ARIPO-Patent (GH, GM, KE, LS, MW, MZ, SD, SL, SZ, TZ, UG, ZW), eurasisches Patent (AM, AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), europäisches Patent (AT, BE, CH, CY, DE, DK, ES, FI, FR, GB, GR, IE, IT, LU, MC, NL, PT, SE), OAPI-Patent (BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GW, ML, MR, NE, SN, TD, TG).

Zur Erklärung der Zweibuchstaben-Codes, und der anderen Abkürzungen wird auf die Erklärungen ("Guidance Notes on Codes and Abbreviations") am Anfang jeder regulären Ausgabe der PCT-Gazette verwiesen.

(57) **Zusammenfassung:** Die Erfindung betrifft ein Verfahren zur Nutzung von, vorzugsweise mit Kunst- oder Naturrasen versehene bzw. Aus Sträuchern oder Bäumen gebildete, Flächen, insbesondere Grün-, Formschnitt-, Sport- oder Spielflächen (1), beispielsweise Fussball-, Landhockey-, Cricketfelder, Golfanlagen, od.dgl., als Werbeflächen. Die Bepflanzung der Fläche, insbesondere der Rasen, erfolgt für einen visuellen Werbeträger (6) entweder durch in ihrem Wuchs, ihrer Gattung oder Farbe, insbesondere durch verschiedene Pflanzenarten, oder die Bepflanzung wird mechanisch oder chemisch verändert.

**Verfahren zur Nutzung von, vorzugsweise mit Kunst- oder Naturrasen
versehene bzw. aus Sträuchern oder Bäumen gebildete, Flächen**

- 5 Die Erfindung betrifft ein Verfahren zur Nutzung von, vorzugsweise mit Kunst-
oder Naturrasen versehene bzw. aus Sträuchern oder Bäumen gebildete,
Flächen, insbesondere Grün-, Formschnitt-, Sport- oder Spielflächen,
beispielsweise Fußball-, Landhockey-, Cricketfelder, Golfanlagen, od. dgl., als
Werbeblächen.
- 10 Es ist hinlänglich bekannt, bei Sportveranstaltungen, insbesondere wenn sie
auch mittels Fernsehen übertragen werden, Werbeblächen am Spielfeldrand zu
plazieren. Derartige Werbung wird auch im allgemeinen als Bandenwerbung
bezeichnet, da entweder eigene Werbeblächen aufgestellt werden oder die am
- 15 Spielfeldrand angeordnete Bande bzw. Umgrenzung als Werbebläche
Verwendung findet. Nachteilig bei dieser Art der Werbung ist, daß durch das
Aufeinandertreffen von zwei verschiedenen Werbemanagements, nämlich
einerseits der Betreibergesellschaft des Fernsehens und andererseits der
Sportveranstalter, die beide Interesse am Verkauf von Werbung an sich und
- 20 auch der Werbezeiten haben, ein Einklang selten zu finden ist.
- Natürlich ist jede Fernsehgesellschaft bestrebt, ihre Werbemöglichkeiten für
ihren kommerziellen Erfolg zu nützen. Es werden daher die Werbungen, die
sich nicht finanziell in den Einnahmen der Fernsehgesellschaften
- 25 niederschlagen, eher restriktiv behandelt. Natürlich liegt es im Interesse der
Allgemeinheit, den Ablauf der Sportart dem Zuschauer näherzubringen und
nicht eine Werbeveranstaltung zu übertragen.
- Dieser Konflikt führt trotzdem oft zu den unwahrscheinlichsten Situationen, die
- 30 sich sehr nachteilig auf den Sport auswirken können. So erhalten
Sportveranstalter in der Planungsphase der Veranstaltung keine
entsprechenden Zusagen der Fernsehgesellschaft über eventuelle

Übertragungen bzw. Übertragungszeiten, wodurch die etwaigen Sponsoren ihr Interesse an der Veranstaltung verlieren. Ohne Sponsoren ist aber in der heutigen Zeit keine Durchführung einer Veranstaltung und schon gar nicht einer Großveranstaltung mehr möglich. Auch strikten Weisungen seitens der
5 Fernsehgesellschaft über entsprechende Aufnahmestellen oder -orte ist schwer beizukommen.

In letzter Zeit hat dieser Konflikt über die kommerzielle Verwertbarkeit der Werbung zu Auswüchsen geführt, die mit dem Sport nicht vereinbar sind. So
10 werden unter anderem Spieler, insbesondere sogenannte Publikumsliebblinge, angehalten, in der Nähe von bestimmten Werbetafeln Verletzungen zu simulieren, um die Übertragungszeit dieser bestimmten Werbetafel zu verlängern. Dies hat dann dazu geführt, daß beispielsweise im Fußball jeder am Boden liegende Verletzte mit der Tragbahre aus dem Spielfeld transportiert
15 werden muß.

Aufgabe der Erfindung ist es daher, einerseits die oben aufgezeigten Nachteile zu vermeiden und andererseits eine zusätzliche Werbefläche, die wiederum, gegebenenfalls von beiden Seiten, kommerziell genutzt werden kann, zu
20 schaffen.

Diese Aufgabe wird durch die Erfindung gelöst.

Das erfindungsgemäße Verfahren ist dadurch gekennzeichnet, daß die
25 Bepflanzung der Fläche, insbesondere der Rasen, für einen visuellen Werbeträger entweder durch in ihren Wuchs, ihrer Gattung oder Farbe, insbesondere durch verschiedene Pflanzenarten, erfolgt oder die Bepflanzung mechanisch oder chemisch verändert wird. Mit der Erfindung ist es erstmals möglich, eine die Sportausübung nicht behindernde bzw. störende Werbung
30 dem Zuseher, insbesondere dem vor dem Fernsehschirm, näherzubringen, auf die weder die Fernsehgesellschaft, noch einzelne Spieler, direkten Einfluß nehmen können. So ist es der Fernsehgesellschaft oder ihrem Kameramann

nicht möglich, beispielsweise ein Fußballspiel ohne Spielfeld zu übertragen. Vorgetäuschte Verletzung an einem bestimmten Ort oder am Spielfeldrand werden künftig nicht simuliert, da sich der Werbeschriftzug oder das Werbesymbol auf das Spielfeld erstreckt. Dadurch leistet die Erfindung einen großen Beitrag zu einem interessanteren und vor allem schnelleren Spiel. Menschliche, auf den finanziellen Kommerz zurückzuführende, Schwächen können mit der Erfindung ausgeschaltet werden.

Es ist aber auch durchaus denkbar, daß die Formschnittfläche einer Strauch- oder Baumreihe als zusätzliche Werbefläche für einen visuellen Werbeträger herangezogen wird.

Ein weiterer Vorteil der Erfindung ist darin zu sehen, daß eine zusätzliche Werbefläche geschaffen wird, ohne einer Verunstaltung oder Verunreinigung bzw. Verschmutzung der Umwelt. Eine derartige Werbefläche steht im Einklang mit der Natur.

Nach einer Ausgestaltung der Erfindung werden biologisch veränderte, insbesondere genmanipulierte, Pflanzen verwendet. Zwar ist es heute noch in einigen Ländern oder Landstrichen untersagt, derartige Pflanzen auszusetzen, jedoch betrifft dies vor allem Lebensmittelpflanzen. Diese Ausgestaltung hat aber den Vorteil, daß eine homogene Spielfläche zu Verfügung steht, die auch einheitlich gepflegt werden kann. Ein weiterer Vorteil liegt darin, daß durch diese Ausgestaltung eine langfristige Strategie durchgezogen werden kann. Ein Hauptsponsor, der sich beispielsweise auf die Erhaltung der Sportstätte konzentriert hat, kann damit seine Präsenz über einen langen Zeitraum bei jeder Veranstaltung dokumentieren.

Gemäß einem weiteren Merkmal der Erfindung wird die Fläche für den visuellen Eindruck entsprechend der Gestaltung des Logos, Werbesymbols oder – schriftzuges mit unterschiedlicher Farbe versehen. Entsprechend der Sport- oder Spielart ist auch eine derartige Aufbringung der Werbebotschaft möglich.

Je nach Zusammensetzung des Farbstoffes kann damit auch eine kurzfristige Werbelinie publikumswirksam vermarktet werden.

5 Nach einer Weiterbildung der Erfindung wird die Fläche für den visuellen Eindruck entsprechend der Gestaltung des Logos, Werbesymbols oder – schriftzuges mit verschiedenen, durch Mähen erzielbaren Schnittarten oder Schnittdesigns versehen. Diese Art der Gestaltung der Werbung ist für mittelfristige Strategien gedacht. Es ist mit dieser Weiterbildung durchaus denkbar, daß in einer Saison verschiedene Werbeaussagen von
10 gegebenenfalls verschiedenen Sponsoren wirksam einem breitem Publikum unterbreitet werden. Diese Art der Ausführung ist sehr umweltschonend und sicherlich für den Akteur bzw. Spieler nicht spielstörend und auch nicht gesundheitsgefährdend.

15 Gemäß einem besonderem Merkmal der Erfindung werden die Schnittarten mit einem computergesteuerten oder einem manuellgesteuerten Mähgerät durchgeführt. Ähnlich einer numerisch gesteuerten Maschine, ist das Muster mit einer entsprechenden Software für das Mähgerät herzustellen. Dies würde auch eine Duplizierung des Werbesymbols wesentlich erleichtern.

20 Nach einer weiteren Ausgestaltung der Erfindung basiert die Computer-Steuerung auf einem Impuls- und Zeilenprogramm baut auf virtuellen Koordinaten auf. Mit dieser hochtechnologisierten Software sind in einfachster Weise die kompliziertesten Werbedesigns möglich.

25 Gemäß einer besonderen Weiterbildung der Erfindung wird zur maschinellen Pflanzung oder Setzung von natürlichen, künstlichen oder biologisch veränderten Pflanzen ein auf dem Koordinatensystem basierendes, elektronisches Steuerungsprogramm eingesetzt. Auch dieses Verfahren hat
30 eine rationelle Arbeitsweise zur Folge, wodurch die Herstellkosten minimiert und die Werbefläche maximal ausgenützt werden können.

Nach einem weiteren Merkmal der Erfindung werden im elektronischen Steuerungsprogramm die Regeln und Vorgaben der Spielart und/oder der Verbände und/oder die Platzverhältnisse berücksichtigt. Um dieses erfindungsgemäße Verfahren universell einsetzen zu können, sind derartige Vorarbeiten, die durchaus softwaremäßig in den Griff zu bekommen sind, von großem Vorteil.

10 Gemäß einer Weiterbildung der Erfindung wird im elektronischen Steuerungsprogramm der Aufnahmewinkel von einer Fernsehkamera zur Werbefläche des Werbeträgers berücksichtigt. Dadurch kann dem Zuschauer vor dem Fernsehschirm das Werbesymbol oder der Werbeschriftzug in seiner tatsächlichen Ausführungsform, ohne Verzerrungen od. dgl., übermittelt werden.

15 Nach einer weiteren Ausgestaltung der Erfindung wird der Bepflanzung der Fläche eine, für den Spieler unsichtbare, virtuelle Werbung überlagert. Derartige Werbungen sind ein weiterer Garant, daß dem verantwortlichen Werbefachmann eine ungeahnt breite Palette für die Verwirklichung seiner Kreativität zu Verfügung steht. Diese Art der Werbung wird vom Spieler und
20 eventuell vom Zuschauer nicht störend empfunden, da man die Möglichkeit einer flexiblen Anwendung, beispielsweise in Spielunterbrechungen, nützen kann.

25 Gemäß einer Weiterbildung der Erfindung wird die virtuelle Werbung über computerunterstützte, interne und/oder externe Projektionen aus Lichtquellen durchgeführt. Derartige Projektionen können die Werbebotschaft in hervorragender Weise ergänzen. Auch die softwaremäßige Realisierung solcher Werbeinstrumente ist problemlos. Die Häufigkeit ihres Einsatzes sowie der erzielbare Erfolg sprechen für sich.

30

Die Erfindung wird an Hand eines Ausführungsbeispielles, das in der Zeichnung dargestellt ist, näher erläutert.

Es zeigt:

Fig. 1 ein Spielfeld für Fußball mit einem integrierten Werbesymbol.

- 5 Einführend sei festgehalten, daß in der beschriebenen Ausführungsform gleiche Teile bzw. Zustände mit gleichen Bezugszeichen bzw. gleichen Bauteilbezeichnungen versehen werden, wobei die in der gesamten Beschreibung enthaltenen Offenbarungen sinngemäß auf gleiche Teile bzw. Zustände mit gleichen Bezugszeichen bzw. gleichen Bauteilbezeichnungen
10 übertragen werden können. Weiters können auch Einzelmerkmale aus dem gezeigten Ausführungsbeispiel für sich eigenständige, erfindungsgemäße Lösungen darstellen.

- Gemäß der Fig. ist ein Spielfeld 1 für ein Fußballspiel schematisch dargestellt,
15 wobei dieses mit den Seitenlinien 2 begrenzt ist. Die Tore 3 sind angedeutet, ebenso die Mittelaufgabe 4. Im Abstand zum Spielfeld 1 ist die Fernsehkamera 5 aufgestellt, wobei diese natürlich das gesamte Spielfeld 1 in ihren Übertragungsbereich einbeziehen muß.

- 20 Das Spielfeld 1 ist eine mit überwiegend Naturrasen versehene Grünfläche. Zur Nutzung dieses Spielfeld 1 als Werbefläche, ist großflächig ein visueller Werbeträger 6, beispielsweise ein Werbesymbol, vorgesehen. Um nun diesen Werbeträger 6 für das Publikum und vor allem für den Zuschauer vor dem Fernsehapparat zur Geltung zu bringen, erfolgt die Bepflanzung der Fläche die
25 als Werbeträger 6 genützt wird, entweder mit Pflanzenarten, die sich vom Naturrasen visuell unterscheiden oder die Bepflanzung wird chemisch oder mechanisch verändert.

- Für eine visuelle Unterscheidung können beispielsweise biologisch veränderte
30 Pflanzen, insbesondere welche in deren Genstruktur technisch eingegriffen wurde, sorgen. Natürlich könnten auch die in der Werbeträgerfläche angeordneten Pflanzen einen zum Naturrasen unterschiedlichen Wuchs oder

eine andere Farbe aufweisen. Ebenso könnte eine andere Gattung Verwendung finden, die den Gesamteindruck nicht sonderlich stört. Für kurzzeitige Werbestrategien könnte aber auch nur die Werbeträgerfläche mit einer sich vom Naturrasen unterscheidenden Farbe versehen werden.

5

Eine weitere Möglichkeit den Werbeträger 6 vom Rasen des Spielfeldes 1 visuell abzuheben, kann darin liegen, daß die Fläche des Werbeträgers 6 mit einer beim Mähen anderen eingesetzten Schnittart ausgeführt wird.

10 Da derart große Flächen, wie die eines Spielfeldes 1, mit einem selbstfahrenden Mähgerät bearbeitet werden, kann dieses Mähgerät – Hardware - mit Software ausgestattet werden, so daß der Arbeitsvorgang des Mähens bzw. Schneidens weitgehendst automatisiert wird. Dabei können die Werbesymbole oder Werbeschriftzüge mit einem extravaganten Schnittdesign
15 erzeugt werden. Die Steuerung des Mähgerätes erfolgt über einen Computer, wobei die Steuerung selbst auf einem Impuls- und Zeilenprogramm, aufbauend auf virtuellen Koordinaten, basiert. Dabei kann für die Höhen-, Winkel-, Seiten- und Tiefschnittregelungen eine Senkrechtsteuerung zugrundeliegen.

20 Es ist aber auch durchaus möglich, daß zur Setzung von Pflanzen, die sich vom Naturrasen unterscheiden, Maschinen eingesetzt werden, die mit einem auf dem Koordinatensystem basierenden, elektronischen Steuerungsprogramm arbeiten. Als Koordinaten können die Seitenlinien 2 Verwendung finden. Natürlich ist es ebenso denkbar, daß die Seitenlinien 2 äquivalent zur Fläche
25 des Werbeträgers 6 ausgestaltet werden.

Findet ein elektronisches Steuerungsprogramm Anwendung, so können die Regeln und Vorgaben der Spielart, der Verbände oder die Platzverhältnisse in der entsprechenden Software berücksichtigt werden. So ist es ohne weiteres
30 durchführbar, daß bei einem Spielfeld 1 für American Football die Fläche des Werbeträgers 6 von den Distanzlinien durchbrochen wird, wobei die Distanzlinien wieder mit Naturrasen ausgeführt werden.

Im elektronischen Steuerungsprogramm kann auch der Aufnahmewinkel der Fernsehkamera zur Fläche des Werbeträgers 6 berücksichtigt werden. Dabei kann es natürlich vorkommen, daß das als Werbeträger 6 dienende Logo für den am Veranstaltungsort anwesenden Zuschauer verzerrt ist. Eine derartige

- 5 Verzerrung der Darstellung ist nur mit einer Computersteuerung erreichbar. Am Fernsehbild im Wohnzimmer ist dann das Logo in seiner tatsächlichen Ausführung zu betrachten.

Die Anordnung des Werbeträgers 6 am Spielfeld 1 obliegt natürlich einem gewissen Fingerspitzengefühl des dafür Verantwortlichen, kann aber prinzipiell überall auf entsprechend geeigneten Stellen erfolgen. Vorzugsweise soll der visuelle Werbeträger 6 bei Totalaufnahmen des Spielfeldes 1 oder zumindest einer Spielhälfte zur Geltung kommen.

- 15 Eine weitere Möglichkeit der Erweiterung des Werbegedankens wird darin zu sehen sein, der Spielfeldfläche oder auch nur der Fläche des Werbeträgers 6 eine virtuelle Werbung überlagert wird. Diese Art der Werbung ist für den Spieler nicht sichtbar, jedoch kann sie sehr wohl für den am Veranstaltungsort anwesenden Zuseher oder vor allem dem Fernsehzuschauer als Blickfang
- 20 dienen. Eine derartige Werbung kann über computerunterstützte, interne und/oder auch externe Projektionen aus Lichtquellen verwirklicht werden.

- Ferner ist durch dieses Verfahren der Vorteil gegeben, daß der künstlerischen Freiheit und der Kreativität in zweierlei Hinsicht Entfaltungsmöglichkeiten
- 25 geboten werden. So kann ein mit Pflanzen befaßter Künstler die Spielfläche gestalten und gegebenenfalls ein weiterer Künstler die bildnerische, computerunterstützte, virtuelle Werbung gestalten.

- Abschließend sei der Ordnung halber darauf hingewiesen, daß in der
- 30 Zeichnung einzelne Bauteile und Baugruppen zum besseren Verständnis der Erfindung unpropotional und maßstäblich verzerrt dargestellt sind.

Es können auch einzelne Merkmale des Ausführungsbeispieles mit anderen Einzelmerkmalen oder jeweils für sich alleine den Gegenstand von eigenständigen Erfindungen bilden. Vor allem können die einzelnen in der Fig. gezeigten Ausführungen den Gegenstand von eigenständigen

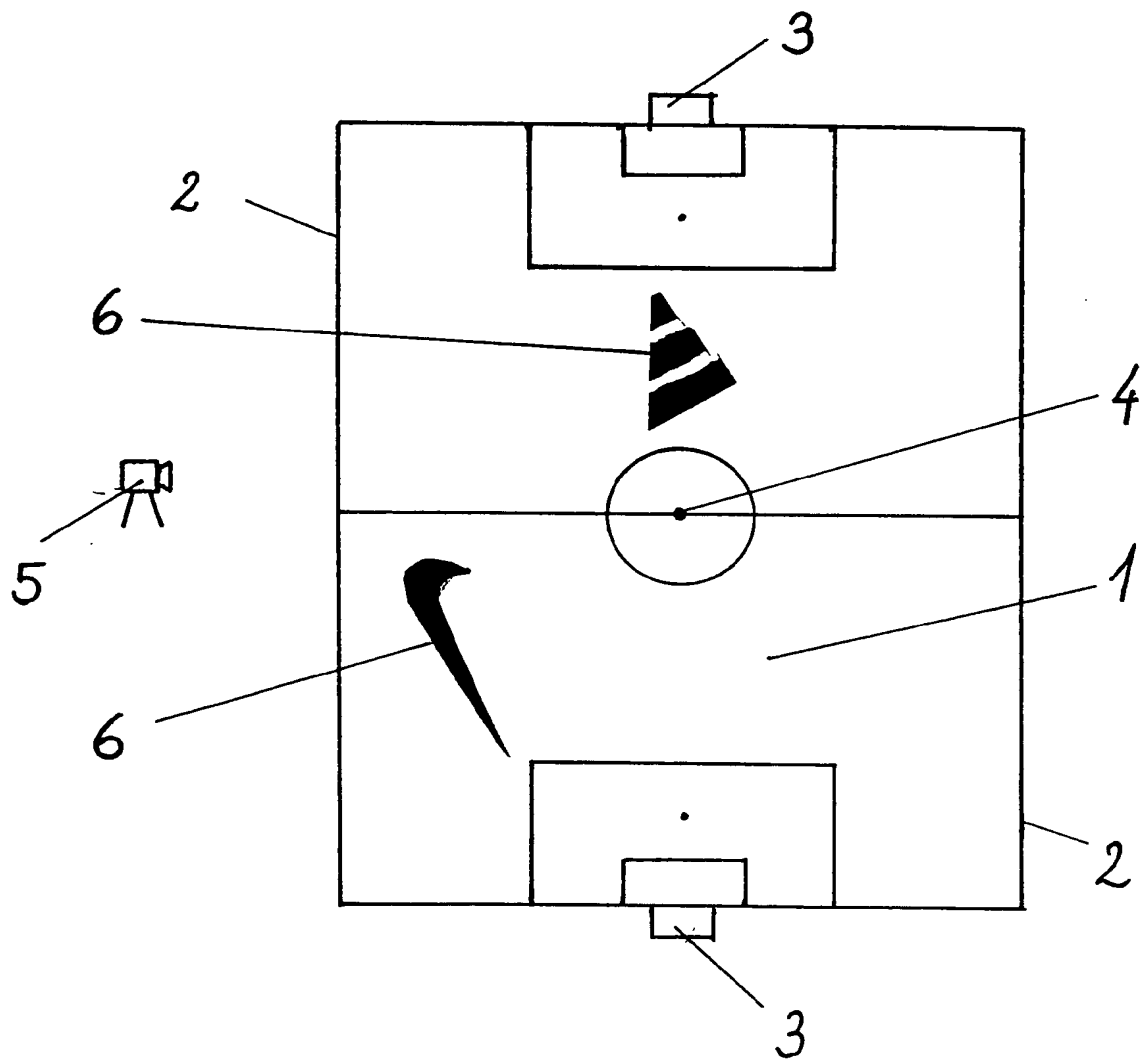
5 erfindungsgemäßen Lösungen bilden. Die diesbezüglichen erfindungsgemäßen Aufgaben und Lösungen sind den detaillierten Beschreibungen dieser Figuren zu entnehmen.

Patentansprüche:

1. Verfahren zur Nutzung von, vorzugsweise mit Kunst- oder Naturrasen
5 versehene bzw. aus Sträuchern oder Bäumen gebildete, Flächen,
insbesondere Grün-, Formschnitt-, Sport- oder Spielflächen, beispielsweise
Fußball-, Landhockey-, Cricketfelder, Golfanlagen, od. dgl., als
Werbe­flächen, dadurch gekennzeichnet, daß die Bepflanzung der Fläche,
insbesondere der Rasen, für einen visuellen Werbeträger (6) entweder
10 durch in ihren Wuchs, ihrer Gattung oder Farbe, insbesondere durch
verschiedene Pflanzenarten, erfolgt oder die Bepflanzung mechanisch oder
chemisch verändert wird.
2. Verfahren nach Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, daß biologisch
15 veränderte, insbesondere genmanipulierte, Pflanzen verwendet werden.
3. Verfahren nach Anspruch 1 oder 2, dadurch gekennzeichnet, daß die Fläche
für den visuellen Eindruck entsprechend der Gestaltung des Logos,
Werbesymbols oder –schriftzuges mit unterschiedlicher Farbe versehen
20 wird.
4. Verfahren nach mindestens einem der Ansprüche 1 bis 3, dadurch
gekennzeichnet, daß die Fläche für den visuellen Eindruck entsprechend
der Gestaltung des Logos, Werbesymbols oder –schriftzuges mit
25 verschiedenen, durch Mähen erzielbaren Schnittarten oder Schnitt­designs
versehen wird.
5. Verfahren nach mindestens einem der Ansprüche 1 bis 4, dadurch
gekennzeichnet, daß die Schnittarten mit einem computergesteuerten oder
30 einem manuell gesteuerten Mähgerät durchgeführt werden.

6. Verfahren nach Anspruch 5, dadurch gekennzeichnet, daß die Computer-Steuerung auf einem Impuls- und Zeilenprogramm basiert und auf virtuellen Koordinaten aufbaut.
- 5 7. Verfahren nach mindestens einem der Ansprüche 1 bis 6, dadurch gekennzeichnet, daß zur maschinellen Pflanzung oder Setzung von natürlichen, künstlichen oder biologisch veränderten Pflanzen ein auf dem Koordinatensystem basierendes, elektronisches Steuerungsprogramm eingesetzt wird.
- 10 8. Verfahren nach mindestens einem der Ansprüche 5 bis 7, dadurch gekennzeichnet, daß im elektronischen Steuerungsprogramm die Regeln und Vorgaben der Spielart und/oder der Verbände und/oder die Platzverhältnisse berücksichtigt werden.
- 15 9. Verfahren nach mindestens einem der Ansprüche 5 bis 8, dadurch gekennzeichnet, daß im elektronischen Steuerungsprogramm der Aufnahmewinkel von einer Fernsehkamera (5) zur Werbefläche des Werbeträgers (6) berücksichtigt wird.
- 20 10. Verfahren nach mindestens einem der Ansprüche 1 bis 9, dadurch gekennzeichnet, daß der Bepflanzung der Fläche eine, für den Spieler unsichtbare, virtuelle Werbung überlagert wird.
- 25 11. Verfahren nach Anspruch 10, dadurch gekennzeichnet, daß die virtuelle Werbung über computerunterstützte, interne und/oder externe Projektionen aus Lichtquellen durchgeführt wird.

Fig.



INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International Application No

PCT/AT 00/00266

A. CLASSIFICATION OF SUBJECT MATTER

IPC 7 E01C13/08 G09F19/00

According to International Patent Classification (IPC) or to both national classification and IPC

B. FIELDS SEARCHED

Minimum documentation searched (classification system followed by classification symbols)

IPC 7 E01C G09F

Documentation searched other than minimum documentation to the extent that such documents are included in the fields searched

Electronic data base consulted during the international search (name of data base and, where practical, search terms used)

EPO-Internal

C. DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT

Category °	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
X	US 5 681 129 A (MOEHRING EWALD ET AL) 28 October 1997 (1997-10-28)	1,5,6
Y	abstract	9
A	column 8, line 28 -column 9, line 43; figures	7

X	CH 689 320 A (LOKOSANA AG) 15 February 1999 (1999-02-15)	1,3-5
Y	the whole document	9

X	DE 299 07 795 U (FRERICK ANDREAS) 7 October 1999 (1999-10-07)	1,3-5
A	the whole document	2

X	DE 197 10 751 A (JENTSCH) 30 October 1997 (1997-10-30)	1,10,11
	the whole document	



Further documents are listed in the continuation of box C.



Patent family members are listed in annex.

° Special categories of cited documents :

- *A* document defining the general state of the art which is not considered to be of particular relevance
- *E* earlier document but published on or after the international filing date
- *L* document which may throw doubts on priority claim(s) or which is cited to establish the publication date of another citation or other special reason (as specified)
- *O* document referring to an oral disclosure, use, exhibition or other means
- *P* document published prior to the international filing date but later than the priority date claimed

- *T* later document published after the international filing date or priority date and not in conflict with the application but cited to understand the principle or theory underlying the invention
- *X* document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered novel or cannot be considered to involve an inventive step when the document is taken alone
- *Y* document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered to involve an inventive step when the document is combined with one or more other such documents, such combination being obvious to a person skilled in the art.
- *&* document member of the same patent family

Date of the actual completion of the international search

12 January 2001

Date of mailing of the international search report

19/01/2001

Name and mailing address of the ISA

European Patent Office, P.B. 5818 Patentlaan 2
NL - 2280 HV Rijswijk
Tel. (+31-70) 340-2040, Tx. 31 651 epo nl,
Fax: (+31-70) 340-3016

Authorized officer

Dijkstra, G

INTERNATIONAL SEARCH REPORT

Information on patent family members

International Application No

PCT/AT 00/00266

Patent document cited in search report	Publication date	Patent family member(s)	Publication date
US 5681129 A	28-10-1997	AT 166793 T	15-06-1998
		AU 6864194 A	09-02-1995
		BR 9402941 A	11-04-1995
		CA 2128948 A	29-01-1995
		CN 1102353 A	10-05-1995
		CZ 9401805 A	15-02-1995
		DE 69410709 D	09-07-1998
		DE 69410709 T	20-05-1999
		EP 0636393 A	01-02-1995
		JP 7152336 A	16-06-1995
		PL 304453 A	06-02-1995
		US 5540516 A	30-07-1996
CH 689320 A	15-02-1999	DE 9416073 U	16-03-1995
		AT 406916 B	25-10-2000
		AT 88795 A	15-02-2000
DE 29907795 U	07-10-1999	NONE	
DE 19710751 A	30-10-1997	DE 29604773 U	10-04-1997

INTERNATIONALER RECHERCHENBERICHT

Internationales Aktenzeichen

PCT/AT 00/00266

A. KLASSIFIZIERUNG DES ANMELDUNGSGEGENSTANDES
IPK 7 E01C13/08 G09F19/00

Nach der Internationalen Patentklassifikation (IPK) oder nach der nationalen Klassifikation und der IPK

B. RECHERCHIERTE GEBIETE

Recherchierter Mindestprüfstoff (Klassifikationssystem und Klassifikationssymbole)
IPK 7 E01C G09F

Recherchierte aber nicht zum Mindestprüfstoff gehörende Veröffentlichungen, soweit diese unter die recherchierten Gebiete fallen

Während der internationalen Recherche konsultierte elektronische Datenbank (Name der Datenbank und evtl. verwendete Suchbegriffe)

EPO-Internal

C. ALS WESENTLICH ANGESEHENE UNTERLAGEN

Kategorie*	Bezeichnung der Veröffentlichung, soweit erforderlich unter Angabe der in Betracht kommenden Teile	Betr. Anspruch Nr.
X	US 5 681 129 A (MOEHRING EWALD ET AL) 28. Oktober 1997 (1997-10-28)	1,5,6
Y	Zusammenfassung	9
A	Spalte 8, Zeile 28 -Spalte 9, Zeile 43; Abbildungen	7

X	CH 689 320 A (LOKOSANA AG) 15. Februar 1999 (1999-02-15)	1,3-5
Y	das ganze Dokument	9

X	DE 299 07 795 U (FRERICK ANDREAS) 7. Oktober 1999 (1999-10-07)	1,3-5
A	das ganze Dokument	2

X	DE 197 10 751 A (JENTSCH) 30. Oktober 1997 (1997-10-30)	1,10,11
	das ganze Dokument	



Weitere Veröffentlichungen sind der Fortsetzung von Feld C zu entnehmen



Siehe Anhang Patentfamilie

* Besondere Kategorien von angegebenen Veröffentlichungen :

A Veröffentlichung, die den allgemeinen Stand der Technik definiert, aber nicht als besonders bedeutsam anzusehen ist

E älteres Dokument, das jedoch erst am oder nach dem internationalen Anmeldedatum veröffentlicht worden ist

L Veröffentlichung, die geeignet ist, einen Prioritätsanspruch zweifelhaft erscheinen zu lassen, oder durch die das Veröffentlichungsdatum einer anderen im Recherchenbericht genannten Veröffentlichung belegt werden soll oder die aus einem anderen besonderen Grund angegeben ist (wie ausgeführt)

O Veröffentlichung, die sich auf eine mündliche Offenbarung, eine Benutzung, eine Ausstellung oder andere Maßnahmen bezieht

P Veröffentlichung, die vor dem internationalen Anmeldedatum, aber nach dem beanspruchten Prioritätsdatum veröffentlicht worden ist

T Spätere Veröffentlichung, die nach dem internationalen Anmeldedatum oder dem Prioritätsdatum veröffentlicht worden ist und mit der Anmeldung nicht kollidiert, sondern nur zum Verständnis des der Erfindung zugrundeliegenden Prinzips oder der ihr zugrundeliegenden Theorie angegeben ist

X Veröffentlichung von besonderer Bedeutung; die beanspruchte Erfindung kann allein aufgrund dieser Veröffentlichung nicht als neu oder auf erfinderischer Tätigkeit beruhend betrachtet werden

Y Veröffentlichung von besonderer Bedeutung; die beanspruchte Erfindung kann nicht als auf erfinderischer Tätigkeit beruhend betrachtet werden, wenn die Veröffentlichung mit einer oder mehreren anderen Veröffentlichungen dieser Kategorie in Verbindung gebracht wird und diese Verbindung für einen Fachmann nahelegend ist

Z Veröffentlichung, die Mitglied derselben Patentfamilie ist

Datum des Abschlusses der internationalen Recherche

12. Januar 2001

Absendedatum des internationalen Recherchenberichts

19/01/2001

Name und Postanschrift der Internationalen Recherchenbehörde
Europäisches Patentamt, P.B. 5818 Patentlaan 2
NL - 2280 HV Rijswijk
Tel. (+31-70) 340-2040, Tx. 31 651 epo nl,
Fax: (+31-70) 340-3016

Bevollmächtigter Bediensteter

Dijkstra, G

INTERNATIONALER RECHERCHENBERICHT

Angaben zu Veröffentlichungen, die zur selben Patentfamilie gehören

Internationales Aktenzeichen

PCT/AT 00/00266

Im Recherchenbericht angeführtes Patentedokument	Datum der Veröffentlichung	Mitglied(er) der Patentfamilie	Datum der Veröffentlichung
US 5681129 A	28-10-1997	AT 166793 T	15-06-1998
		AU 6864194 A	09-02-1995
		BR 9402941 A	11-04-1995
		CA 2128948 A	29-01-1995
		CN 1102353 A	10-05-1995
		CZ 9401805 A	15-02-1995
		DE 69410709 D	09-07-1998
		DE 69410709 T	20-05-1999
		EP 0636393 A	01-02-1995
		JP 7152336 A	16-06-1995
		PL 304453 A	06-02-1995
		US 5540516 A	30-07-1996
CH 689320 A	15-02-1999	DE 9416073 U	16-03-1995
		AT 406916 B	25-10-2000
		AT 88795 A	15-02-2000
DE 29907795 U	07-10-1999	KEINE	
DE 19710751 A	30-10-1997	DE 29604773 U	10-04-1997